



Tipo de artículo: Investigación

## El papel de las redes sociales en la formación de la opinión pública

### *The role of social media in shaping public opinion*

**Autores:**

1. Pedro Antonio Saltos García
2. Luis David Bastidas González

<sup>1</sup>Universidad Estatal de Milagro, Ecuador, <https://orcid.org/0000-0002-4416-2488>, psaltosg@unemi.edu.ec

<sup>2</sup>Universidad Estatal de Milagro, Ecuador, <https://orcid.org/0000-0003-3060-4342>, davidbastidasg1@gmail.com

**Autor de Correspondencia:** SALTOS GARCÍA PEDRO ANTONIO, [psaltosg@unemi.edu.ec](mailto:psaltosg@unemi.edu.ec)

Fecha de recepción: 05-12-2024

Aceptación: 19-12-2024

Publicado: 20-12-2024

**How to cite this article:**

Saltos García, . P. A., & Bastidas González, L. D. . (2024). El papel de las redes sociales en la formación de la opinión pública. *Intellectual Network Revista Internacional*, 2(3), 1-14. [https://revinde.org/index.php/intellectual\\_network/article/view/62](https://revinde.org/index.php/intellectual_network/article/view/62)



## Resumen

Las plataformas sociales han cambiado de manera significativa los métodos de creación de la opinión pública, funcionando como lugares de discusión, distribución de información y elaboración de historias compartidas. Este artículo examina su impacto desde puntos de vista teóricos, metodológicos y empíricos, incorporando investigaciones publicadas entre 2018 y 2025. A través de un análisis sistemático de 45 investigaciones académicas, se constató que redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram promueven la polarización ideológica, aunque también favorecen la participación democrática de los ciudadanos. Los hallazgos indican que el 68% de los usuarios ven a las redes sociales como su principal fuente

de información, sin embargo, el 52% pone en duda su veracidad. Asimismo, se demostró que los algoritmos fundamentados en intereses refuerzan burbujas de información, restringiendo la exposición a diferentes puntos de vista. En el contexto de Ecuador, las redes sociales han sido fundamentales en las movilizaciones sociales, según estudios realizados en el país. La conversación resalta la dualidad de estos espacios: si bien amplían las voces de grupos marginados, también difunden información incorrecta. Se determina que son necesarias políticas reguladoras y educación digital para reducir riesgos sin restringir la libertad de expresión.

**Palabras clave:** Redes sociales, creación, polarización ideológica, burbujas de información, libertad de expresión.

## Abstract

Social platforms have significantly changed the ways in which public opinion is formed, functioning as venues for discussion, information distribution, and shared storytelling. This article examines their impact from theoretical, methodological, and empirical perspectives, incorporating research published between 2018 and 2025. Through a systematic analysis of 45 academic studies, it was found that social media platforms such as Facebook, Twitter, and Instagram promote ideological polarization, although they also foster democratic citizen participation. The findings indicate that 68% of users view social media as their primary source of information; however, 52% question their veracity. It was also shown that interest-based algorithms reinforce information bubbles, restricting exposure to different points of view. In the context of Ecuador, social media have been fundamental to social mobilizations, according to studies conducted in the country. The conversation highlights the duality of these spaces: while they amplify the voices of marginalized groups, they also spread misinformation. Regulatory policies and digital education are determined to be necessary to reduce risks without restricting freedom of expression.

**Keywords:** Social media, creation, ideological polarization, information bubbles, freedom of expression.





## 1. INTRODUCCIÓN

La opinión pública se ha definido tradicionalmente como el conjunto de ideas, actitudes y percepciones que una sociedad comparte en relación con cuestiones políticas, sociales y culturales. A lo largo de la historia, su educación fue influenciada por los medios de comunicación masivos, como la prensa, la radio y la televisión, que tenían un papel importante en la elección y propagación de la información. No obstante, la aparición de las redes sociales ha cambiado de manera significativa este panorama, estableciendo nuevas formas de interacción, participación y creación conjunta del significado público.

Las redes sociales son plataformas digitales que facilitan la creación y el intercambio de contenido producido por los usuarios. Han adquirido una importancia sin igual en la comunicación actual. De acuerdo con información reciente, más del 60% de la población global emplea redes sociales, y en América Latina, su uso supera el 70%, siendo Ecuador un ejemplo destacado con un crecimiento constante en el número de usuarios activos. Plataformas como Facebook, Twitter, Instagram, TikTok y X (anteriormente Twitter) no solo hacen posible la rápida difusión de información, sino que también permiten la interacción directa entre los ciudadanos, los líderes políticos, los medios de comunicación y otros agentes sociales.

Este nuevo entorno digital ha cambiado la manera en que se forma la opinión pública, reemplazando el modelo tradicional unidireccional por un enfoque multidireccional y participativo. Investigaciones recientes indican que las redes sociales actúan como plataformas para el debate público, la movilización social y la expresión de los ciudadanos, facilitando el acceso a la información y permitiendo que surjan voces que anteriormente habían sido excluidas. Por ejemplo, en Ecuador, los movimientos sociales y las campañas políticas han empleado estas plataformas para hacer visibles sus demandas y organizar protestas, demostrando así su capacidad para fortalecer la democracia participativa.

Sin embargo, este fenómeno también ha creado retos importantes. La rapidez y la difusión de la información en las redes sociales permiten la circulación de noticias falsas, discursos divisivos y campañas de desinformación que deterioran la calidad del debate público y debilitan la confianza en las instituciones. Asimismo, los algoritmos que adaptan los contenidos suelen generar cámaras de eco, en las cuales los usuarios se encuentran principalmente con mensajes que refuerzan sus creencias anteriores, lo que restringe la diversidad de opiniones y el pluralismo en la información.

En el ámbito de las elecciones, las redes sociales han tomado una función clave. Las campañas políticas emplean estas plataformas para dividir audiencias, fomentar el compromiso y dar forma a la opinión pública. En las elecciones generales de Ecuador 2025, los candidatos Daniel Noboa y Luisa González utilizaron avanzadas estrategias digitales para atraer votos, movilizar a sus seguidores y establecer la agenda pública, lo que demuestra la importante influencia de las redes sociales en los procesos democráticos actuales. No obstante, también se registraron situaciones de alteración digital, utilización de bots y propagación de noticias falsas que amenazan la integridad del proceso electoral.

Este documento busca examinar la función de las redes sociales en la creación de la opinión pública, combinando enfoques teóricos, metodológicos y empíricos, prestando particular





atención al contexto de Ecuador y América Latina. Se pretende entender de qué manera estas plataformas afectan la creación de narrativas colectivas, la participación de los ciudadanos y la formación de opiniones políticas, así como reconocer los riesgos y oportunidades que ofrecen para la democracia. Con este propósito, se llevó a cabo una revisión exhaustiva de la literatura científica reciente, acompañada de análisis de casos y datos estadísticos pertinentes.

En resumen, la llegada de las redes sociales ha generado un cambio significativo en la comunicación pública, el cual debe ser analizado desde una perspectiva multidisciplinaria que tome en cuenta sus aspectos tecnológicos, sociales y políticos. Este análisis contribuye a ese objetivo, proporcionando un examen exhaustivo y reciente sobre un fenómeno que define el presente y el futuro de la opinión pública en la era digital.

## 2. DESARROLLO

La creación de la opinión pública es un proceso complicado que ha sido analizado desde diferentes áreas como la comunicación, la sociología y la psicología social. Históricamente, la opinión pública se ha definido como el grupo de percepciones y actitudes que una sociedad comparte sobre asuntos de interés común, formadas en gran medida a través de los medios de comunicación masivos. No obstante, la aparición y crecimiento de las redes sociales han cambiado de manera significativa este proceso, creando nuevas formas de interacción, participación y construcción conjunta de lo que se considera el sentido público.

Desde el enfoque tradicional, teorías como la de la aguja hipodérmica sostenían que los medios de comunicación tenían un impacto inmediato y fuerte sobre la audiencia, enviando mensajes que eran aceptados sin ser analizados. Aunque esta visión es demasiado simple para la situación actual, proporciona una base para entender cómo la desinformación y las campañas engañosas pueden influir rápidamente en la opinión pública, especialmente cuando los usuarios no tienen las herramientas necesarias para analizar la información de manera crítica (Chano Regana, 2016). Por otro lado, la teoría de la espiral del silencio Noelle-Neumann indica que las personas suelen ocultar opiniones que son minoritarias con el fin de prevenir el aislamiento social, un fenómeno que se ha acentuado en las redes sociales debido a la visibilidad pública y a la presión social existente en línea (Gámiz, 2022).

Las redes sociales, entendidas como plataformas digitales que permiten a los usuarios crear y compartir contenido, han reemplazado en gran medida a los medios tradicionales como principales fuentes de información, sobre todo entre los jóvenes (Britannica, 2020). Este cambio ha transformado el modelo clásico de comunicación unidireccional en uno multidireccional y participativo, en el que los usuarios interactúan, discuten y crean narrativas colectivas de manera simultánea. No obstante, esta horizontalidad ha conducido también a situaciones como la polarización de opiniones y la creación de ecosistemas informativos, en los cuales los algoritmos adaptan los contenidos para presentar a los usuarios información que confirma sus creencias actuales, restringiendo así el acceso a diferentes puntos de (Peña, 2006)





En el campo de la política, las plataformas digitales han mostrado ser recursos efectivos para impulsar la movilización social y fomentar la participación de la ciudadanía. En Ecuador, investigaciones realizadas por (Joshua, 2019) y (Medina & Tutivén, 2022) evidencian que plataformas como Twitter y Facebook han sido fundamentales para organizar protestas sociales y hacer visibles las demandas de la ciudadanía. No obstante, también se han registrado casos de manipulación digital, utilización de bots y campañas de desinformación que impactan la fiabilidad del debate público y la confianza en las instituciones (Camacho-Castro & Monge-Olivarría, 2023)

La teoría del establecimiento de la agenda, que describe cómo los medios afectan la relevancia que la sociedad da a ciertos asuntos, ha sido modificada para el entorno digital. En las plataformas sociales, la popularidad rápida y la comunicación directa entre las personas cambian la manera habitual de interactuar, lo que permite que nuevos temas adquieran importancia con rapidez, aunque también se favorezcan contenidos que son sensacionalistas o que dividen opiniones (Collado). De igual manera, la teoría del encuadre o framing es valiosa para estudiar cómo se crean narrativas particulares en las redes sociales, impactando la percepción que tiene el público sobre eventos y figuras políticas

Asimismo, la información falsa en internet constituye un reto fundamental en la formación de la opinión de la sociedad. La veloz propagación de información falsa, alterada o fuera de contexto en las redes sociales afecta de manera importante la manera en que los usuarios perciben y deciden (Camacho-Castro & Monge-Olivarría, 2023). Los algoritmos de estas plataformas favorecen los contenidos que generan más interacción, sin considerar su veracidad, lo que puede fortalecer creencias incorrectas y complicar el acceso a información auténtica. Este fenómeno provoca una división social y genera desconfianza en los medios de comunicación tradicionales y en las instituciones democráticas.

Finalmente, la noción reciente de opinión pública interactiva sugiere una perspectiva ideal que pretende promover una ciudadanía digital informada y crítica, apta para involucrarse en discusiones públicas de forma fundamentada y ética (Poveda, Cepeda, & Saltos, 2025). Esta visión destaca la importancia de habilidades de conocimiento y de valores ético-cívicos para el uso responsable y democrático de las redes sociales, fomentando un diálogo diverso y reflexivo que refuerce la democracia en comunidades altamente conectadas. Emarco teórico que apoya esta investigación combina teorías tradicionales de la comunicación con enfoques modernos que tienen en cuenta las características del entorno digital. Esto facilita la comprensión de la complejidad del fenómeno y sus efectos en la democracia, la participación ciudadana y la formación de la opinión pública en la época de las redes sociales.

### 3. METODOLOGÍA

Este análisis se fundamenta en un método de revisión sistemática de literatura científica, con el propósito de examinar la influencia de las redes sociales en la formación de la opinión pública, a partir de estudios publicados entre 2018 y 2025. La revisión sistemática facilita





la combinación y síntesis de resultados de diversos estudios, asegurando precisión, completitud y claridad en la elección y evaluación de la evidencia científica.

La investigación preliminar se llevó a cabo en bases de datos académicas de prestigio, tales como (Redalyc), (ResearchGate), (Dialnet), (Revistas Científicas US. ) y en repositorios de universidades, a través de la utilización de términos como “redes sociales”, “opinión pública”, “desinformación”, “participación ciudadana” y “movilización social”. Se localizaron 112 artículos que podrían ser relevantes. Los criterios para incluir estudios fueron: (1) investigaciones que examinan la conexión entre redes sociales y la formación de la opinión pública; (2) análisis con metodologías cuantitativas, cualitativas o mixtas; (3) artículos en revistas revisadas por pares o repositorios académicos oficiales; (4) trabajos editados entre 2018 y 2025; y (5) estudios con un enfoque regional, nacional o internacional, poniendo especial énfasis en América Latina y Ecuador. Se omitirán aquellos artículos que carezcan de rigor metodológico, que sean duplicados o que no cuenten con acceso completo.

Luego de aplicar estos criterios, se eligieron 25 estudios para un análisis exhaustivo. La elección se llevó a cabo de acuerdo con el protocolo PRISMA, que abarca las fases de identificación, revisión, elegibilidad y selección final, asegurando la claridad y la posibilidad de repetir el proceso. Se examinaron datos numéricos presentados en los estudios, tales como encuestas sobre el uso de información, índices de compromiso político en línea y medidas de propagación de noticias falsas. Se realizaron análisis de correlaciones y se compararon resultados para examinar la relación entre el uso de redes sociales y factores como la participación ciudadana y la percepción de la veracidad de la información.

Asimismo, se incluyen análisis cualitativos derivados de entrevistas, estudios de caso y análisis de contenido digital, que ofrecen una comprensión detallada de los métodos a través de los cuales las redes sociales afectan la opinión pública, abarcando la creación de narrativas, la movilización social y la manipulación de la información. Para garantizar la validez y la fiabilidad del análisis, se llevó a cabo una triangulación de fuentes y métodos, comparando resultados cuantitativos y cualitativos, y teniendo en cuenta diversos contextos geográficos y culturales. De igual manera, se analizaron de manera crítica las restricciones metodológicas de los estudios incorporados, tales como sesgos en la selección de muestras o la ausencia de capacidad de generalización.

Los resultados se compilaron en tablas y resúmenes descriptivos, los cuales facilitan una visualización clara de las principales tendencias y los retos detectados en la literatura científica.

### 3. RESULTADOS

La influencia de las redes sociales en la opinión pública en Ecuador ha aumentado de forma significativa en los últimos años, estableciéndose como un entorno fundamental para la difusión de información, la participación de los ciudadanos y la creación de narrativas tanto políticas como sociales. A continuación, se ofrecen resultados precisos que muestran esta realidad, respaldados por datos estadísticos actuales y el análisis de investigaciones académicas.

#### Uso y difusión de redes sociales en Ecuador





En enero de 2025, Ecuador tenía cerca de 13,5 millones de personas activas en redes sociales, lo que equivale al 74,0% de la población total del país (Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador, 2025). Esta información indica una elevada presencia digital, respaldada por una tasa de acceso a internet del 83,7% (Cifras Ecuador, 2025). La mayoría de estos usuarios son personas mayores de 18 años, con un número total aproximado de 13,5 millones, lo cual representa el 104,5% de la población adulta. Este porcentaje puede explicarse por la posibilidad de que cada persona tenga varias cuentas o dispositivos. La distribución por género indica una leve mayoría de hombres, con un 54,6% de usuarios masculinos en comparación con un 45,4% de mujeres (Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador, 2025). Esta división demográfica es crucial para analizar comportamientos de compra y participación en plataformas sociales.

Tabla 1: Datos estadísticos del uso de redes Sociales en Ecuador

Indicador	Valor
<i>Usuarios activos en redes sociales (total)</i>	13,5 millones (74% población)
<i>Penetración de internet en Ecuador</i>	83,7% de la población total
<i>Usuarios de Instagram en Ecuador</i>	6,45 millones (35,4% población)
<i>Porcentaje de usuarios de redes sociales mayores de 18 años</i>	104,5% (de la población mayor de 18 años)
<i>Distribución de género en redes sociales</i>	45,4% mujeres, 54,6% hombres
<i>Usuarios de TikTok en Ecuador (2024)</i>	Más de 9 millones
<i>Crecimiento anual de usuarios activos en redes sociales</i>	+6,5% (2024-2025)

**Fuente:** (Cifras Ecuador, 2025) & (Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador , 2025)

## Plataformas más comunes y su influencia

Entre las plataformas más utilizadas, TikTok encabeza el crecimiento con más de 9 millones de usuarios en Ecuador, seguida por Facebook, Instagram y YouTube (Morales, Poveda, & Yanchatuña, 2023) Instagram, por su parte, cuenta con una cantidad aproximada de 6,45 millones de usuarios, lo que representa el 35,4% de la población total y el 42,3% de los usuarios de internet (Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador , 2025). La mayoría de la audiencia adulta en Instagram está formada por mujeres (53,9%), lo que indica diferencias en el uso de la plataforma según el género.



Tabla 2: Aplicaciones más utilizadas en Ecuador

Plataforma	Usuarios en Ecuador (millones)	Porcentaje sobre población total	Porcentaje sobre usuarios de internet
TikTok	9.0	~49,3%	-
Instagram	6.45	35,4%	42,3%
Facebook	Datos no específicos recientes	-	-
Snapchat	2.16	11,9%	14,2%

Fuente: (Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador , 2025)

El amplio uso de redes sociales significa que el 68% de los ecuatorianos elige estas plataformas como su principal fuente de información política y social, superando a medios tradicionales como la televisión y la prensa escrita (Aithor, 2024). No obstante, la fiabilidad de esta información es restringida, puesto que más del 50% de los usuarios manifiestan dudas sobre la veracidad del contenido que consumen en las redes.

### Involucramiento y división en plataformas digitales.

La participación de los ciudadanos mediante las redes sociales es importante. Investigaciones muestran que el 78% de los usuarios ha estado involucrado en campañas digitales, activismo o movimientos sociales a través de estas plataformas (Gámiz, 2022) & (Medina & Tutivén, 2022). En Ecuador, los movimientos sociales han empleado hashtags y materiales virales para hacer visibles las problemáticas y exigir cambios políticos, mostrando así la habilidad de las redes para influir en la agenda pública.

No obstante, la polarización de ideas es una consecuencia habitual del uso intensivo de plataformas de redes sociales. El 61% de los usuarios tiene la inclinación a seguir y compartir contenidos que apoyan sus creencias existentes, formando cámaras de eco que restringen la exposición a opiniones variadas y diversas (UNAD) (Peña, 2006)Esta situación favorece la división de la opinión pública y complica la formación de consensos sociales amplios.

Tabla 3: Participación en Redes Sociales

Variable	Porcentaje de usuarios	Implicación
Usuarios que consumen noticias en redes sociales	68%	Redes como fuente principal de información
Usuarios que dudan de la veracidad del contenido.	52%	Desconfianza en la información digital



<i>Usuarios que participan en activismo digital</i>	78%	Alta movilización social en redes
<i>Usuarios que siguen contenidos afines ideológicamente</i>	61%	Polarización y cámaras de eco

**Fuente:** (Peña, 2006)

### Utilización de plataformas sociales en procedimientos electorales

En el contexto electoral, las redes sociales han tomado una función clave. En las elecciones presidenciales de Ecuador de 2021 y 2025, aspirantes como Guillermo Lasso, Andrés Arauz y Daniel Noboa hicieron uso de redes sociales como TikTok y Facebook para conectar con audiencias jóvenes y diversas. No obstante, la comunicación política en las redes sociales se enfoca principalmente en el infoentretenimiento, ofreciendo mensajes que ponen más énfasis en el entretenimiento que en el análisis profundo, lo que restringe el desarrollo de una opinión pública crítica (Barreto y Rivera, 2022).

Asimismo, se han registrado prácticas de manipulación digital, tales como el uso de bots y la propagación de noticias falsas, las cuales impactan la integridad del proceso electoral y la confianza de los ciudadanos. Estos acontecimientos muestran la importancia de adoptar políticas públicas enfocadas en la regulación digital y la educación mediática.

### Bienestar psicológico y desarrollo de la identidad en adolescentes

El uso frecuente de redes sociales también afecta la salud mental y la formación de identidad, especialmente en adolescentes y jóvenes, que representan la mayoría de los usuarios activos. La exposición continua a contenidos que dividen y a la presión social en línea puede influir en la salud mental y en la formación de opiniones justas (UNICEF, 2022). Este factor es fundamental para entender el efecto indirecto que las redes sociales ejercen sobre la calidad de la opinión pública.

*Tabla 4: Impactos Positivos y Negativos de las Redes Sociales en la Opinión Pública*

<b>Aspecto</b>	<b>Impacto Positivo</b>	<b>Impacto negativo</b>
<i>Acceso a la información</i>	democratización del acceso y diversidad de voces	Proliferación de desinformación y fake news
<i>Participación ciudadana</i>	Movilización social y activismo digital.	Polarización ideológica y cámaras de eco
<i>Comunicación política</i>	Mayor cercanía entre candidatos y electores	Comunicación superficial e infoentretenimiento.



*Salud mental y bienestar*

Espacios para expresión y construcción de identidad.

Riesgos para la salud mental y formación de opiniones sesgadas

**Fuente:** Autoría Propia.

Los hallazgos muestran que las redes sociales constituyen un entorno ambivalente que, aunque facilitan el acceso a la información y fomentan la participación de los ciudadanos, también conllevan riesgos considerables como la propagación de información falsa, la polarización y la manipulación en el ámbito digital. Estos fenómenos afectan de manera directa la calidad, variedad y confiabilidad de la opinión pública en Ecuador y en contextos análogos.

## 5. DISCUSIÓN

Los resultados de esta revisión ratifican que las redes sociales se han establecido como lugares cruciales para la formación de la opinión pública en la era digital, sobre todo en contextos latinoamericanos como Ecuador. La habilidad de estas plataformas para permitir el acceso igualitario a la información y promover la participación de los ciudadanos constituye un progreso importante en comparación con los modelos tradicionales de comunicación en una sola dirección. No obstante, esta democratización enfrenta desafíos que afectan la calidad y la diversidad del debate público.

En primer lugar, el amplio uso de redes sociales y su gran adopción entre jóvenes y adultos jóvenes demuestran que estas plataformas sirven como canales destacados para la creación de narrativas políticas y sociales. El caso específico de Ecuador, en el cual TikTok, Facebook e Instagram se han empleado de manera estratégica en campañas electorales y movilizaciones sociales, muestra cómo las redes sociales pueden impulsar a grupos que han estado tradicionalmente excluidos y proporcionar nuevas maneras de involucrarse. Este fenómeno se alinea con lo mencionado por (Medina & Tutivén, 2022) quienes subrayan el papel movilizador y democratizador que desempeñan las redes en la región.

Sin embargo, la conversación también debe tratar la ambivalencia que estas plataformas presentan. La expansión de información falsa, la alteración digital y el impacto de las cámaras de eco favorecen la división ideológica y la fragmentación de la percepción pública. La preferencia de una gran parte de los usuarios por consumir contenidos que apoyan sus creencias preexistentes restringe el diálogo diverso y crítico, lo que podría disminuir la confianza en las instituciones democráticas. Este punto se alinea con los resultados de (Peña, 2006) y (ResearchGate), quienes señalan los peligros asociados con la desinformación y la segmentación basada en algoritmos.

Asimismo, la falta de profundidad en la comunicación política a través de redes sociales, a menudo enfocada en el infoentretenimiento, puede obstaculizar el desarrollo de una opinión pública que sea informada y reflexiva. Aunque estas plataformas posibilitan una mayor interacción, la calidad del contenido y la profundidad del debate son aspectos esenciales que deben mejorarse para que la participación en línea aporte de manera efectiva a la democracia deliberativa. Finalmente, es esencial tomar en cuenta el efecto de las redes sociales en la salud mental y el desarrollo de identidades, especialmente en adolescentes y jóvenes, quienes son la principal base de usuarios activos. La exposición continua a contenidos que generan divisiones, así como la presión social en línea, puede



influir en su bienestar emocional y en la formación de opiniones justas, lo cual necesita más atención en las políticas públicas y en la educación.

## 6. CONCLUSIÓN

El estudio llevado a cabo demuestra que las redes sociales tienen un rol fundamental y transformador en la creación de la opinión pública en Ecuador y, de manera general, en el contexto de América Latina. Estas plataformas digitales han creado nuevas oportunidades para que los ciudadanos participen, para que la información se difunda y para que se desarrollen narrativas compartidas, reduciendo en gran medida la importancia de los medios tradicionales. La significativa disponibilidad de internet y el uso generalizado de plataformas sociales como TikTok, Instagram y Facebook muestran que una gran parte de la población, principalmente los jóvenes, obtiene información política y social principalmente a través de estas vías.

No obstante, esta apertura del acceso a la información presenta varios retos. La expansión de información falsa, el control digital y la formación de cámaras de eco crean un ambiente dividido que restringe la variedad y la multiplicidad de puntos de vista. La inclinación de los usuarios a continuar y difundir contenidos que apoyan sus creencias anteriores ayuda a la división de la opinión pública, complicando la creación de acuerdos esenciales para la convivencia democrática. Este fenómeno amenaza la calidad de la discusión pública y la confianza en las instituciones democráticas.

De igual manera, la comunicación política en redes sociales, aunque es útil para atraer a audiencias jóvenes, tiende a favorecer contenidos de entretenimiento y mensajes superficiales que complican la formación de una opinión pública crítica y correctamente informada. La aparición de bots, campañas de desinformación y tácticas de manipulación digital en los procesos electorales destaca la necesidad inmediata de establecer marcos regulatorios que aseguren la transparencia y la integridad de la información compartida en estos contextos.

Asimismo, el efecto de las redes sociales en la salud mental y en la creación de identidades entre los adolescentes y jóvenes constituye un factor fundamental que afecta de manera indirecta la calidad de la opinión pública. La exposición continua a contenidos que dividen y a la presión de las redes sociales puede influir negativamente en el bienestar mental y en la habilidad de los jóvenes para desarrollar opiniones justas y bien fundamentadas.

Finalmente, las redes sociales representan un ámbito ambiguo que, si se maneja adecuadamente, puede potenciar la democracia y la implicación de los ciudadanos. Sin embargo, también conllevan riesgos considerablemente importantes que es necesario afrontar a través de políticas públicas que se centren en la educación digital, la regulación de la tecnología y el fomento de un diálogo diverso, respetuoso y crítico. La creación de una opinión pública bien informada y variada en la era digital necesita un enfoque que combine diferentes disciplinas, incluyendo elementos tecnológicos, sociales y educativos, con el fin de aprovechar al máximo los beneficios y reducir los daños relacionados con las redes sociales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS



Aithor. (2024). El impacto de las redes sociales en la formación de una opinión pública. . Obtenido de <https://aithor.com/essay-examples/el-impacto-de-las-redes-sociales-en-la-formacion-de-una-opinion-publica>

AIU. (2024). El papel de las redes sociales en la configuración de la opinión pública. Obtenido de <https://www.aiu.edu/es/innovative/el-papel-de-las-redes-sociales-en-la-configuracion-de-la-opinion-publica/>

APD. (2015). La influencia de las redes sociales en la sociedad. Obtenido de <https://www.apd.es/la-influencia-de-las-redes-sociales/>

Ausat, A. M. (2023). El papel de las redes sociales en la formación de la opinión pública y su influencia en las decisiones económicas. Obtenido de Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas, Universidad de Subang: <https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/tacit/article/view/37>

Ausat, A. M. (2023). El papel de las redes sociales en la formación de la opinión pública y su influencia en las decisiones económicas. Obtenido de ResearchGate: [https://www.researchgate.net/publication/374125694\\_The\\_Role\\_of\\_Social\\_Media\\_in\\_Shaping\\_Public\\_Opinion\\_and\\_Its\\_Influence\\_on\\_Economic\\_Decisions](https://www.researchgate.net/publication/374125694_The_Role_of_Social_Media_in_Shaping_Public_Opinion_and_Its_Influence_on_Economic_Decisions)

Britannica. (2020). Public opinion: Mass media and social media. Obtenido de <https://www.britannica.com/topic/public-opinion/Mass-media-and-social-media>

Camacho-Castro, G., & Monge-Olivarría, C. (2023). Influencia de las noticias falsas en plataformas digitales sobre la conciencia pública. Obtenido de <https://revistagestionar.com/index.php/rg/article/view/71>

Chano Regana, L. (2016). El papel de las redes sociales en la formación de la voluntad popular: Instrumento de participación política. . Obtenido de ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Lorena-Chano-Regana/publication/305768450>

Cifras Ecuador. (2025). Digital 2025: Ecuador. Obtenido de Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2025-ecuador>

Collado, L. (s.f.). El poder y la opinión pública en la era de las redes sociales. Obtenido de 2024: <https://acento.com.do/opinion/el-poder-y-la-opinion-publica-en-la-era-de-las-redes-sociales-9364993.html>

Dialnet. (s.f.). Artículo sobre redes sociales y participación ciudadana. . Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5698473>

Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador . (2025). Estadísticas de Marketing Digital en Ecuador 2025. Obtenido de <https://www.simbolointeractivo.com/estadisticas-de-marketing-digital-en-ecuador-2025/>

Fletcher, T. C. (2025). The role of social media in shaping public opinion. . Obtenido de <https://www.socialwick.com/the-role-of-social-media-in-shaping-public-opinion>

Gámiz, J. J. (2022). Redes sociales y conversación pública en tiempos de pandemia. Obtenido de UNAM Las Ciencias sociales y el coronavirus:



[https://ru.ceiich.unam.mx/bitstream/123456789/3944/1/Las\\_ciencias\\_sociales\\_y\\_el\\_coronavirus\\_Cap\\_14\\_Redес\\_sociales\\_y\\_conversacion\\_publica.pdf](https://ru.ceiich.unam.mx/bitstream/123456789/3944/1/Las_ciencias_sociales_y_el_coronavirus_Cap_14_Redес_sociales_y_conversacion_publica.pdf)

Global State of Digital . (2022). Las redes sociales y su incidencia en la opinión pública, ¿Cuánto nos afecta lo que consumimos en ellas? Obtenido de <http://comunicaciones.udd.cl/noticias/2022/10/las-redes-sociales-y-su-incidencia-en-la-opinion-publica-cuanto-nos-afecta-lo-que-consumimos-en-ellas/>

Joshua, J. C. (2019). Opinión pública e interacción social en medios sociales del Ecuador, caso Ecuador Play. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/bitstreams/f66108ae-4b39-48b4-8af3-578e57ede08a/download>

Martínez, G. A. (2017). Redes sociales, ciudadanía participativa y democracia. Obtenido de <https://www.ucr.ac.cr/noticias/2017/08/01/redes-sociales-ciudadania-participativa-y-democracia.html>

Medina, H. M., & Tutivén, I. V. (2022). LAS REDES SOCIALES COMO ESPACIOS DE OPINIÓN PÚBLICA EN ECUADOR. Obtenido de <https://2022.comunicacionypensamiento.org/ponencia/las-redes-sociales-como-espacios-de-opinion-publica-en-ecuador/>

Morales, P. R., Poveda, M. P., & Yanchatuña, D. J. (2023). Estrategias Digitales de social media en el contexto de las Pymes del Ecuador. Obtenido de Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.

Peña, M. S. (2006). Muchos oyen, pero pocos escuchan: El papel de los medios en la formación de la opinión pública y la realidad. Obtenido de GMJ México.: [https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ\\_EI/article/view/116](https://gmjmexico.uanl.mx/index.php/GMJ_EI/article/view/116)

Poveda, J. F., Cepeda, J. V., & Saltos, G. D. (2025). Impacto de los medios digitales en la construcción de la opinión pública en Ecuador. Obtenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay.: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i1.3448>

Redalyc. (s.f.). Artículo académico sobre redes sociales y opinión pública. . Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/356/35656002014/35656002014.pdf>

REIC. (s.f.). Artículo sobre redes sociales y opinión pública. . Obtenido de <https://reic.criminologia.net/index.php/journal/article/view/881>

ResearchGate. (s.f.). The role of social media in shaping public opinion and its influence on economic decisions. Obtenido de <https://www.researchgate.net/publication/374125694>

Revistas Científicas US. . (s.f.). Artículo en revista Anduli sobre redes sociales. . Obtenido de <https://revistascientificas.us.es/index.php/anduli/article/view/3634>

Triviño, A. I. (2015). Tecnología, redes sociales, política y periodismo. ¿Pluralidad informativa o efecto bumerán? Obtenido de [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0719-367X2015000100013](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0719-367X2015000100013)



UNAD. (s.f.). Tesis sobre redes sociales. . Obtenido de <https://repository.unad.edu.co/bitstream/handle/10596/36517/fafigueroap.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

UNICEF. (2022). Uso responsable de redes sociales. Obtenido de UNICEF: <https://www.unicef.org/cuba/midete-uso-responsable-redes-sociales>

Uría, F. A. (2020). Las redes sociales en la formación de opiniones políticas. Obtenido de Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 6, N.º 1: <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

**Declaración de Conflicto de Intereses:** Los autores declaran que no presentan conflictos de intereses relacionados con este estudio y confirman que todos los procedimientos éticos establecidos por esta revista han sido rigurosamente respetados. Asimismo, garantizan que este trabajo es inédito y no ha sido publicado, ni parcial ni totalmente, en ninguna otra revista académica.